

INTRODUZIONE

Ad oggi, ciò che caratterizza maggiormente l'economia ed il contesto sociale in cui viviamo è la globalizzazione, che porta inevitabilmente con sé una concorrenza stringente. In questo panorama, i consumatori si trovano a poter scegliere fra una vasta gamma di prodotti, potendo optare per quelli a minor costo, spesso provenienti da paesi emergenti in cui il costo di produzione è molto basso, e quelli che hanno maggior costo, ma anche un certo valore aggiunto. Il valore aggiunto di cui si parla, e per il quale l'acquirente è disposto a pagare un sovrapprezzo, è la qualità del prodotto.

Stringendo il campo ai prodotti enogastronomici, che qui ci interessano, il consumatore richiede sempre più, grazie ad una maggiore sensibilizzazione e consapevolezza rispetto ai decenni passati, che gli alimenti rispondano a *standard* di igiene e sicurezza, che garantiscano la sostenibilità energetica ed ambientale, che abbiano un equilibrato apporto nutrizionale, senza tuttavia rinunciare ai gustosi sapori tradizionali e genuini. Soddisfare queste aspettative, mantenendo un buon rapporto qualità/prezzo, assicura un vantaggio competitivo al produttore, il quale ha dunque interesse a che il suo prodotto si differenzi dagli altri per particolari qualità dovute all'origine o alle tecniche di produzione.

Bisogna riconoscere, tuttavia, che il consumatore, nella scelta dei prodotti enogastronomici, non è guidato esclusivamente dalla qualità del prodotto, ma anche dall'aspetto dello stesso o della sua confezione, che può attrarre non solo per le sue caratteristiche estetiche, ma anche per quelle funzionali.

Questa tesi, quindi, si propone di individuare quali siano le privative applicabili al settore enogastronomico, cioè quelle in grado di tutelare sotto vari profili il prodotto alimentare e, più nello specifico, la sua provenienza geografica o imprenditoriale; il suo aspetto; la sua ideazione. Le tecniche di protezione di tali privative, dunque, verranno analizzati capitolo per capitolo, affrontando sia le tecniche di cui ci si è storicamente avvalsi e rispetto alle quali vi è un riscontro normativo precipuo (ad esempio D.O.P. e I.G.P.) in ordine alle privative in

argomento, sia altri istituti del diritto industriale che non sono nati per essere applicati nel campo enogastronomico, ma che tuttavia possono attagliarsi a determinate fattispecie attraverso una interpretazione che tenga conto della *ratio* delle norme e degli interessi che si intende tutelare (ad esempio il diritto d'autore per la protezione delle ricette culinarie).

Tali tecniche di tutela verranno analizzate secondo una sequenza che permetta di coglierne le affinità reciproche. Si avverte, inoltre, che dei singoli istituti verrà trattato l'aspetto sostanziale nella misura in cui si ritenga rilevante al presente studio, tralasciando, invece, ciò che attiene più strettamente alle aree processuale e tributaria nonché al tema della sicurezza alimentare.

Seguendo lo schema dell'Accordo TRIPs, il Codice di proprietà industriale ha diviso il suo secondo capo in più sezioni. Di queste, le prime tre sono dedicate agli strumenti di cd. *marketing* creativo, ricomprendendovi marchi, indicazioni geografiche e disegni e modelli; nelle successive sezioni, invece, troviamo la disciplina delle creazioni intellettuali a contenuto tecnologico, tra cui i modelli di utilità, le invenzioni biotecnologiche e le nuove varietà vegetali ¹.

Il presente lavoro si propone di seguire questa bipartizione, mantenendo, tuttavia, una continuità tematica.

¹ Cfr. G. FLORIDIA, in AA.VV., *Diritto industriale. Proprietà intellettuale e concorrenza*, Torino, III ed., 2009, pp. 53 s.

CAPITOLO I

LA TUTELA DEL PRODOTTO ALIMENTARE IN FUNZIONE DELLA SUA PROVENIENZA GEOGRAFICA: DENOMINAZIONI D'ORIGINE E INDICAZIONI GEOGRAFICHE

SOMMARIO: 1. La definizione dei segni e il *milieu*. – 2. Requisiti necessari alla registrazione. – 3. Tutela internazionale, comunitaria e nazionale. Il caso Parmesan. – 4. Fra normativa nazionale e normativa comunitaria: la libera circolazione delle merci. – 5. Il modello europeo e il modello statunitense. – 6. Considerazioni finali.

§1. La definizione dei segni e il milieu

Denominazioni di origine e indicazioni geografiche trovano definizione e tutela, oltre che a livello internazionale, sia nell'ordinamento comunitario sia nell'ordinamento nazionale.

In particolare a livello comunitario il Regolamento UE 21 novembre 2012, n. 1151/2012 sui regimi di qualità dei prodotti agricoli e alimentari ² all'art. 5, paragrafi da 1 a 3, così dispone: « 1. Ai fini del presente regolamento, «denominazione di origine» è un nome che identifica un prodotto: a) originario di un luogo, regione o, in casi eccezionali, di un paese determinati; b) la cui qualità o le cui caratteristiche sono dovute essenzialmente o esclusivamente ad un particolare ambiente geografico ed ai suoi intrinseci fattori naturali e umani; e c) le cui fasi di produzione si svolgono nella zona geografica delimitata. 2. Ai fini del presente regolamento, «indicazione geografica» è un nome che identifica un prodotto: a) originario di un determinato luogo, regione o paese; b) alla cui origine geografica sono essenzialmente attribuibili una data qualità; la reputazione o altre

² Reg. che ha abrogato e sostituito il precedente Regolamento CE 20 marzo 2006, n. 510/2006, che a sua volta aveva sostituito il Regolamento CE 14 luglio 1992, n. 2081 del Consiglio sulla protezione delle indicazioni geografiche e delle denominazioni d'origine dei prodotti agricoli ed alimentari.

caratteristiche; e c) la cui produzione si svolge per almeno una delle sue fasi nella zona geografica delimitata. 3. In deroga al paragrafo 1, taluni nomi sono equiparati a denominazioni di origine anche se le materie prime dei relativi prodotti provengono da una zona geografica più ampia della zona geografica delimitata, o diversa da essa, purché siano soddisfatte le seguenti condizioni: c) esiste un regime di controllo atto a garantire l'osservanza delle condizioni di cui alla lettera b); e d) le suddette denominazioni di origine sono state riconosciute come denominazioni di origine nel paese di origine anteriormente al 1o maggio 2004. Ai fini del presente paragrafo possono essere considerati materie prime soltanto gli animali vivi, le carni e il latte. ».

Possiamo notare come qui le denominazioni d'origine siano sostanzialmente analoghe a quelle di Lisbona e le indicazioni geografiche riprendano la nozione fornita nei TRIPs ³.

A livello nazionale opera, poi, il codice della proprietà industriale (d.lgs. 10 febbraio 2005, n. 30) ⁴ che dedica la sezione II del capo II - Norme relative all'esistenza, all'ambito e all'esercizio dei diritti di proprietà industriale - alle Indicazioni geografiche. Qui l'art. 29 stabilisce che « Sono protette le indicazioni geografiche e le denominazioni di origine che identificano un paese, una regione o una località, quando siano adottate per designare un prodotto che ne è originario e

³ L'Accordo di Lisbona per la protezione e la registrazione internazionale delle denominazioni di origine, concluso il 31 ottobre 1958, al suo art. 2, comma 1 stabilisce che « Si considera denominazione d'origine, agli effetti del presente Accordo, la denominazione geografica di un paese, di una regione o di una località, utilizzata per designare un prodotto che ne è originario e di cui le qualità o i caratteri sono dovuti, esclusivamente o essenzialmente, all'ambiente geografico comprendente i fattori naturali e i fattori umani ».

L'Accordo TRIPs (*Trade Related Intellectual Property rights*), firmato a Marrakesh il 15 aprile 1994 agli artt. 22, 23, 24 riguarda la protezione internazionale delle indicazioni geografiche in seno all'OMC. In particolare l'art. 22, comma 1, ci fornisce la definizione di indicazione geografica: « Ai fini del presente Accordo, per indicazioni geografiche si intendono le indicazioni che identificano un prodotto come originario del territorio di un Membro, o di una regione o località di detto territorio, quando una determinata qualità, la notorietà o altre caratteristiche del prodotto siano essenzialmente attribuibili alla sua origine geografica ».

Notiamo come i TRIPs riprendano il concetto di *milieu* dell'Accordo di Lisbona, sebbene se ne distingua in quanto risulta sufficiente che la qualità del prodotto sia attribuibile non esclusivamente alla origine geografica, ma anche alla notorietà o ad altre caratteristiche del prodotto stesso.

⁴ Il d.lgs. n. 30/2005 ha abrogato il precedente d.lgs. 19 marzo 1996 n. 198 "Adeguamento della legislazione interna in materia di proprietà industriale alle prescrizioni obbligatorie dell'accordo relativo agli aspetti dei diritti di proprietà intellettuale concernenti il commercio - Uruguay Round".

le cui qualità, reputazione o caratteristiche sono dovute esclusivamente o essenzialmente all'ambiente geografico d'origine, comprensivo dei fattori naturali, umani e di tradizione ». Tale norma ricalca quella dell'art. 22 TRIPs, differendo da questa in quanto nell'art. 22 cit. si parla di *notorietà* del prodotto che sia *essenzialmente* attribuibile all'origine geografica del prodotto stesso e non si fa menzione dell'ambiente geografico di origine né del cosiddetto *milieu* ⁵.

Queste modifiche sembrano discendere dall'Accordo di Lisbona e fanno sì che la disciplina contenuta nel successivo art. 30 c.p.i. sia almeno in parte corrispondente alle tutele predisposte dall'*Arrangement* di Lisbona, dai TRIPs e dai Regolamenti CE, sebbene alla fattispecie si attaglino anche i casi in cui non vi sia registrazione e gli altri che non rientrino nelle previsioni dei TRIPs ⁶. Si ricorda, infine, che l'attuale art. 29 c.p.i. viene a sostituire la precedente disposizione contenuta nell'art. 31, comma 1, d.lgs. n. 198/2006, la quale faceva esclusivo riferimento alle I.G.; tuttavia questa modifica appare di natura essenzialmente formalistica, in quanto sia alle denominazioni d'origine sia alle indicazioni geografiche viene applicata la stessa disciplina codicistica ⁷.

Per inciso si segnala che in relazione ai vini sussisteva in passato una particolare disciplina delle denominazioni: trovavamo infatti a livello nazionale le D.O.C. (denominazioni di origine controllata), le D.O.C.G. (denominazioni di origine controllata e garantita) e le I.G.T. (indicazioni geografiche tipiche), e a livello europeo le D.O.C. e le D.O.C.G. rientravano nella categoria di V.Q.P.R.D. (vino di qualità prodotto in regione determinata) o V.S.Q.P.R.D. (se vino spumante) o ancora V.L.Q.P.R.D. o V.F.Q.P.R.D. (se trattavasi rispettivamente di vini liquorosi o di vini frizzanti), mentre le I.G.T. e gli altri vini rientravano nella categoria residuale dei "vini da tavola". Oggi, a seguito del Reg. CE 25 maggio 2009 n. 491 che ha introdotto nel Reg. CE 22 ottobre 2007, n. 1234 sulla cd. "OCM unica" la sezione I-bis del Titolo II della parte II, le norme europee sulla denominazione dei prodotti vitivinicoli non rinviano più ad un riconoscimento

⁵ A proposito del *milieu* vd. *infra* in questo paragrafo.

⁶ A. VANZETTI, V. DI CATALDO, *Manuale di diritto industriale* cit., p. 350.

⁷ A. CONTINI, in C. GALLI, A. M. GAMBINO (a cura di), *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, Torino, 2011, p. 425.

nazionale delle stesse, cosicché è stato superato il sistema della duplice protezione nazionale ed europea ed anche i vini si fregiano dei segni D.O.P. o I.G.P.⁸, come del resto stabilisce la legge 12 dicembre 2016, n. 238 recante la disciplina organica della coltivazione della vite e della produzione e del commercio del vino (art. 27, comma 1). Ai sensi dell'art. 28, comma 4, legge cit., le sigle D.O.P. e I.G.P. possono essere indicate nelle etichettature da sole o congiuntamente alle menzioni specifiche tradizionali italiane viste sopra.

Considerando la struttura dei diritti oggetto dell'attuale trattazione, notiamo che rileva la nozione di *milieu géographique*, cioè il collegamento fra le caratteristiche uniche ed obiettive del prodotto e l'ambiente geografico di provenienza, comprendente in sé i fattori naturali e i fattori umani cui si riferisce l'art. 29 c.p.i. Più precisamente, i primi consistono nelle caratteristiche ambientali del luogo di produzione, come la composizione del terreno, la latitudine, l'esposizione al sole, ecc. (si prenda ad esempio lo zafferano di Navelli o le arance rosse siciliane); i secondi fanno riferimento alle tradizioni e alle tecniche di produzione in cui assume particolare rilievo la manodopera artigianale specializzata (si pensi ai vetri di Murano piuttosto che al prosciutto di Parma o alla mozzarella di bufala campana). Su questo punto, tuttavia, è bene ricordare come parte della dottrina abbia sottolineato la potenziale relatività del legame fra territorio di provenienza e qualità del prodotto a causa dell'evoluzione tecnologica che può consentire di replicare altrove condizioni ambientali e climatiche tipiche di un dato territorio⁹, nonché la trasferibilità delle conoscenze relative a trattamento e lavorazione del prodotto, cosicché anche il contributo del fattore umano, di cultura e tradizione, può essere ripetibile in un luogo diverso dal territorio originario¹⁰.

⁸ L. COSTATO, L. RUSSO, *Corso di diritto agrario italiano e dell'Unione Europea*, Milano, 2015, IV ed., pp. 237 s., ma sul punto vd. anche A. GERMANÒ, *Manuale di diritto agrario*, Torino, 2010, VII ed., pp. 272 ss.

Le vecchie sigle D.O.C., D.O.C.G. e I.G.T. potranno ancora essere apposte sulle etichette come "menzioni tradizionali", cioè, a norma dell'art. 112, Reg. CE 17 dicembre 2013, n. 1308/2013, quelle espressioni tradizionalmente utilizzate negli Stati membri per indicare che il vino reca una D.O.P. o una I.G.P. o comunque che il metodo di produzione o invecchiamento, la qualità, il colore o un evento particolare legato alla storia del prodotto sono quelli di un prodotto D.O.P. o I.G.P.

⁹ D. SARTI, *Le indicazioni d'origine geografica: storia, questioni terminologiche e proposte interpretative*, in AA.VV., *Studi in memoria di Paola Frassi*, Milano, 2010.

¹⁰ C. GALLI, A. M. GAMBINO (a cura di), *Codice commentato della proprietà industriale*

La sussistenza del *milieu* differenzia il prodotto dagli altri concorrenti e consente al suo produttore di apporvi un segno oggetto di denominazione d'origine o indicazione geografica che sia idoneo ad individuare un Paese, una regione o una località di provenienza. A tal proposito, secondo una tesi restrittiva, il segno può consistere in un toponimo ¹¹ o in una qualunque espressione che rappresenti il nome di una località geografica, così come è stato affermato in giurisprudenza ¹²; altra tesi estensiva, invece, sostiene che il segno può anche non essere di carattere strettamente geografico, ma consistere in un nome già socialmente noto ¹³.

A sostegno di questa seconda tesi, la decisione della Corte di Giustizia CE, 25 ottobre 2005, C-465/02 ¹⁴, al punto 50, precisa che la provenienza del prodotto, indipendentemente dal fatto che il segno sia costituito o meno da un nome geografico, deve presentare fattori naturali omogenei che la delimitino rispetto alle zone limitrofe. Questa omogeneità di caratteristiche va intesa come obiettivo *standard* qualitativo, non essendo necessaria ai fini di tutela del segno l'effettiva percezione del consumatore comune.

Ciò che, invece, deve evidentemente essere percepibile al pubblico, è la reputazione del prodotto ascrivibile alla sua provenienza, tanto che il giudice comunitario, con sentenza C. Giust. CE, 8 settembre 2009, C-478/07 ¹⁵, punto 89, ha ritenuto ammissibile che i giudici nazionali ricorrano ai sondaggi di opinione, per riscontrare le condizioni di fatto e le concezioni prevalenti nello stato interessato, ai fini dell'accertamento della sussistenza di una indicazione

e intellettuale, cit., p. 430.

¹¹ «precisiamo che per toponimo si intende il nome di un'entità geografica (nazione, regione, provincia, città, monte, lago, fiume, podere) capace di distinguere un prodotto. Il problema della comunicazione simbolica nel mercato e della sua disciplina giuridica si prospetta, allora, tutte le volte che il nome geografico venga utilizzato, appunto come segno distintivo del prodotto per captare la benevolenza del consumatore» (così, A. GERMANÒ, E. ROOK BASILE, *Manuale di diritto agrario comunitario*, cit., p. 252).

¹² T. Firenze, 16 ottobre 2009.

¹³ Vd. A. CONTINI in G. BONILINI, M. CONFORTINI, *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, cit., pp. 425 s.

¹⁴ In raccolta 2005 I-09115, consultabile anche su:
<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=60669&pageIndex=0&doclang=IT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=259141>.

¹⁵ In raccolta 2009 I-07721, consultabile anche su:
<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=77071&pageIndex=0&doclang=IT&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=259141>.

geografica semplice e diretta ¹⁶.

In ordine alla reputazione del prodotto è interessante notare come questa sia rilevante nella misura in cui il consumatore associ la qualità del prodotto alla reputazione del produttore, stando la convinzione che il prodotto sia autentico ¹⁷.

« Del resto già prima del varo del d.lgs. n. 198/2006 e della stessa disciplina comunitaria in tema di DOP e IGP la giurisprudenza riteneva comunque che “la tutela concorrenziale contro l’uso mendace di una indicazione di provenienza esige la dimostrazione che la qualità (e quindi la domanda) del prodotto sia collegata con il luogo di provenienza; solo in tal caso infatti l’attività mendace può produrre sviamento di clientela” (A. Roma, 24.2.1975) » ¹⁸.

Vediamo dunque, che il fulcro della questione risiede sempre nella aspettativa del consumatore rispetto a determinate qualità o caratteristiche del prodotto, aspettativa che è nell’interesse, ovviamente del consumatore, ma anche del produttore, che non venga disattesa. Questa osservazione ci porta alla analisi, nel paragrafo che segue, della tutela approntata ai segni oggetto di questa trattazione e dei requisiti per accedervi.

§2. Requisiti necessari alla registrazione.

Per quanto concerne i requisiti di accesso alla tutela, la disciplina nazionale e quella comunitaria sono piuttosto diverse.

Come ribadito più volte, è interesse comune che il segno geografico attesti il valore del territorio cui si riferisce. Questo interesse è da considerarsi comune non solo con riferimento ai soggetti “produttore” e “consumatore”, ma anche con riferimento alle varie legislazioni nazionali che, a tutte le latitudini, hanno sempre cercato di valorizzare e tutelare la produzione dei propri territori, proteggendo la produzione nazionale. Per ovviare a questa frammentazione normativa nell’ambito

¹⁶ Vd. A. CONTINI, in G. BONILINI, M. CONFORTINI, *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, cit., pp. 427 s.

¹⁷ Sulla reputazione vd. ancora *infra* §3.

¹⁸ Così, A. CONTINI, in C. GALLI, A. M. GAMBINO (a cura di), *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, cit., p. 429.

europeo, la Comunità europea ha regolamentato questo settore del mercato ¹⁹.

A livello comunitario opera, quindi, un sistema di regolamenti ²⁰ che offre tutela a condizione della registrazione del segno ²¹.

La registrazione può avvenire solo in costanza di due elementi: la sussistenza del *milieu* e la conformità del prodotto che si fregi di tale segno ad un disciplinare.

Per quanto concerne il primo requisito, si rimanda a quanto detto in precedenza ²², dovendo qui aggiungere che la struttura generale prevista dal Reg. UE n. 1151/2012, prevede, similmente al vecchio Reg. CE 510/2006, un esame preventivo da parte prima del Paese d'origine e poi della Commissione della Comunità Europea, volto all'accertamento della sussistenza del *milieu*. Parallelamente all'esame preventivo, si apre a livello nazionale una procedura di opposizione, ad ulteriore garanzia della effettiva (o quantomeno molto probabile) esistenza del *milieu*. Specularmente, una procedura di opposizione è prevista anche a livello comunitario ²³.

¹⁹ A. GERMANÒ, E. ROOK BASILE. *Manuale di diritto agrario comunitario*, Torino, 2008, p. 251.

²⁰ Composto dai Regolamenti UE 21 novembre 2012, n. 1151/2012 e 14 dicembre 2006, n. 1898/2006 in materia di prodotti agroalimentari, Reg. CE 29 aprile 2008, n. 479/2008 e Regolamenti CE 14 luglio 2009, n. 607/2009 e 25 maggio 2009, n. 491/2009 in materia di vini e dal Reg. CE 15 gennaio 2008, n. 110/2008 in materia di bevande spiritose (cfr. A. CONTINI, in C. GALLI, A. M. GAMBINO (a cura di), *Codice commentato della proprietà industriale e intellettuale*, cit., p. 445).

²¹ Il cui procedimento è oggi disciplinato dal Reg. CE 1151/2012, che si presenta come uno strumento di politica agricola comune europea e la sua funzione è quella di preservare e garantire le tradizioni produttive territoriali e di certificarne il rispetto attraverso l'apposizione delle denominazioni di origine o delle indicazioni geografiche. In precedenza si applicava la normativa transitoria contenuta nel Regolamento CE 14 luglio 1992, n. 2081/1992. Durante il periodo di vigenza di questa normativa, gli Stati membri hanno trasmesso alla Commissione europea l'elenco delle denominazioni ritenute meritevoli di protezione e la Commissione ha provveduto con regolamento, previa verifica dei presupposti, alla loro registrazione; tale registrazione non poteva essere opposta. Ad oggi le più importanti D.O.P. e I.G.P. sono quelle registrate in base alla suindicata disciplina transitoria (D. SARTI, *Denominazioni di origine e indicazioni geografiche nel sistema comunitario*, in *Il Diritto, Enciclopedia Giuridica*, Il Sole 24 ore, 2007, vol. 7, p. 648).

²² Vd. *supra* §1.

²³ In particolare l'art. 49 Reg. UE 1151/2012 stabilisce che la domanda di registrazione può essere presentata da gruppi (cioè associazioni di produttori o trasformatori del medesimo prodotto) che operano con i prodotti di cui va registrato il nome o anche da più gruppi di diversi Stati membri o paesi terzi qualora la denominazione di origine protetta o la indicazione geografica protetta designi una zona geografica transfrontaliera o anche nel caso di una specialità tradizionale garantita. Inoltre «una singola persona fisica o giuridica può essere equiparata a un gruppo qualora sia dimostrato che sono soddisfatte entrambe le seguenti condizioni: a) la persona in questione è il solo produttore che desidera presentare una domanda; b) per quanto riguarda le denominazioni di origine protette e le indicazioni geografiche

Questo sistema ha anche la finalità di contemperare l'interesse alla libera utilizzazione della denominazione geografica e alla continuazione dell'uso anteriore (in buona fede) di marchi o indicazioni geografiche uguali o simili. A conferma di ciò, l'art. 14 Reg. cit., rubricato "Relazioni fra marchi, denominazioni di origine e indicazioni geografiche", dispone che la domanda di registrazione di un marchio il cui uso avrebbe carattere decettivo, confusorio o evocatorio rispetto ad una denominazione di origine o ad un'indicazione geografica le cui domande di registrazione siano state precedentemente presentate, e che riguardi lo stesso prodotto sui cui verrà apposta la D.O.P o la I.G.P, deve essere respinta, pena la nullità del marchio così illegittimamente registrato; se invece la domanda di registrazione del marchio è stata depositata antecedentemente alle domande per la registrazione di D.O.P. o I.G.P. o comunque era stato acquisito con l'uso in buona fede sul territorio dell'Unione anteriormente alla data di presentazione alla Commissione delle suddette domande, il marchio in questione « può continuare a essere utilizzato e rinnovato per il prodotto di cui trattasi nonostante la registrazione di una denominazione di origine o di un'indicazione geografica, purché non sussistano motivi di nullità o decadenza del marchio » (paragrafo 2).

Per quel che riguarda il secondo requisito per la registrazione, *i.e.* il disciplinare, questo è indicato come *conditio sine qua non* alla registrazione, in quanto ha funzione di certificazione e cristallizzazione delle caratteristiche del prodotto. Infatti, l'art. 7, paragrafo 1, Reg. CE n. 1151/2012, così dispone: « 1. Una denominazione di origine protetta o un'indicazione geografica protetta deve rispettare un disciplinare che comprende almeno i seguenti elementi: a) il nome da proteggere come denominazione di origine o indicazione geografica, quale utilizzata nel commercio o nel linguaggio comune, e solo nelle lingue attualmente o storicamente utilizzate per descrivere il prodotto specifico nella zona geografica delimitata; b) la descrizione del prodotto, comprese se del caso le materie prime, nonché le principali caratteristiche fisiche, chimiche, microbiologiche od organolettiche del prodotto; c) la definizione della zona geografica delimitata riguardo al legame di cui alla lettera f), punto i) o punto ii), del presente paragrafo

protette, la zona geografica delimitata possiede caratteristiche che differiscono notevolmente da quelle delle zone limitrofe ovvero le caratteristiche del prodotto sono differenti da quelle dei prodotti delle zone limitrofe. » (paragrafo 1, seconda parte).

e, se del caso, gli elementi che indicano il rispetto delle condizioni di cui all'articolo 5, paragrafo 3; d) gli elementi che dimostrano che il prodotto è originario della zona geografica delimitata di cui all'articolo 5, paragrafo 1 o 2; e) la descrizione del metodo di ottenimento del prodotto e, se del caso, dei metodi locali, leali e costanti nonché informazioni relative al confezionamento, quando il gruppo richiedente stabilisce in tal senso e fornisce sufficienti motivazioni specifiche per prodotto per cui il confezionamento deve aver luogo nella zona geografica delimitata per salvaguardare la qualità, garantire l'origine o assicurare il controllo, tenendo conto del diritto dell'Unione, in particolare della libera circolazione dei prodotti e della libera prestazione di servizi; f) gli elementi che stabiliscono: i) il legame fra la qualità o le caratteristiche del prodotto e l'ambiente geografico di cui all'articolo 5, paragrafo 1; o ii) se del caso, il legame fra una data qualità, la reputazione o un'altra caratteristica del prodotto e l'origine geografica di cui all'articolo 5, paragrafo 2; g) il nome e l'indirizzo delle autorità o, se disponibili, il nome e l'indirizzo degli organismi che verificano il rispetto delle disposizioni del disciplinare a norma dell'articolo 37, e i relativi compiti specifici; 14.12.2012 Gazzetta ufficiale dell'Unione europea L 343/9 IT; h) qualsiasi regola specifica per l'etichettatura del prodotto in questione. ».

La verifica del rispetto del disciplinare di D.O.P. e I.G.P. di prodotti originari dell'Unione europea è effettuata, anteriormente alla messa in commercio del prodotto stesso, da « a) una o più autorità competenti di cui all'articolo 36 del presente regolamento; e/o b) uno o più organismi di controllo ai sensi dell'articolo 2, punto 5, del regolamento (CE) n. 882/2004, che operano come organismi di certificazione dei prodotti. » (art. 37, paragrafo 1, Reg. cit.).

Il disciplinare può essere modificato a norma dell'art. 53 Reg. cit.

Il sistema di registrazione di D.O.P. e I.G.P. si ispira a quelli predisposti per il marchio comunitario e per i marchi registrati in taluni Paesi, ma rispetto a questi si differenzia per il fatto che, successivamente alla registrazione, il nome geografico non può essere dichiarato nullo o decaduto ad opera di un giudice nazionale. La registrazione, quindi, è impugnabile solo dinanzi al Tribunale CE e alla Corte di Giustizia, nei limiti stabiliti dell'art. 230, paragrafo 2, del